

In esclusiva per "Millecanali", alcune anticipazioni della ricerca IsICult-Doclit per Map, Ice e Rai, la prima mai realizzata in Italia sul mercato dei documentari: circa 50 milioni di fatturato, oltre 3.000 addetti, 250 società, un ruolo dominante della Rai. Un settore ancora piccolo, che pure, se ben sostenuto, potrebbe divenire uno dei 'vettori' dell'audiovisivo italiano

La Tv italiana e i documentari

Angelo Zaccone Teodosi (*)

Presentiamo in esclusiva per "Millecanali" una sintesi della ricerca che l'Istituto italiano per l'Industria Culturale – IsICult ha realizzato, su incarico di Doc.it – Associazione Documentaristi Italiani, per studiare il mercato italiano dei documentari, anzitutto in una prospettiva socio-economica di analisi di settore.

La ricerca è stata diretta da Francesca Medolago Albani, realizzata da Mario Balsamo, Federica D'Urso, Adriana Migliucci ed è stata effettuata grazie al sostegno della Rai (sia la Direzione Marketing della Corporate, sia RaiSat e RaiTrade), del Ministero per le Attività Produttive, Istituto per il Commercio

Estero-Ice, Fox International Channels Italy e Sky Italia.

È stata presentata in una affollata kermesse a Roma, il 26 febbraio, con la collaborazione della Direzione Generale per la Cinematografia del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, nonché di Istituto Luce, Regione Lazio, Provincia di Roma, Apollo 11.

Si tratta della prima indagine mai realizzata in Italia su un settore dell'industria audiovisiva ancora ingiustamente trascurato (quasi fosse un 'Ufo') sia dalle emittenti televisive sia dai soggetti istituzionali preposti al sostegno del sistema culturale nazionale.

Premesso il carattere assolutamente esplorativo di una ricerca di questo tipo, emergono alcuni dati-chiave (vedi oltre) e risulta chiara la radiografia di un tessuto imprenditoriale molto frammentato, al limite della polverizzazione, con circa 250 società di produzione (di cui le maggiori e le più attive, circa 80, sono associate a Doc/it), la gran parte delle quali sono micro-aziende, poco più di botteghe artigianali: complessivamente, si registra un deficit di industrializzazione (si tratta di un 'minus', ma paradossalmente può anche rappresentare una ricchezza e

divenire un 'plus', se messo "a sistema", e sfruttato nelle sue potenzialità espressive ed economiche) ed un'intensa interazione tra i ruoli "autoriali" ed i ruoli produttivi, maggiore rispetto ad altri segmenti del settore audiovisivo...

Il documentario in Italia: i "dati-chiave"

Fatturato del settore: può essere quantificato in circa 50 milioni di euro l'anno. Le imprese più attive sono circa 80, su un "universo" di circa 250 aziende.

Occupazione: può essere stimata intorno alle 3.000 persone; gli autori sono circa 500 (anche se solo una minima parte di loro è abitualmente all'opera; gli autori associati a Doc/it sono circa 120).

Player dominante: la Rai, che investe nel settore circa 14 milioni di euro l'anno, ma con un trend decrescente (a fronte dei 70 milioni di euro della Tv pubblica francese).

Caratteristiche essenziali: deficit identitario ("documentario" confuso nei "contenitori"), frammentazione del tessuto produttivo, artigianalità, limitata industrializzazione, tensioni irrisolte tra autori/



produttori e broadcaster, assoluta debolezza dell'apparato normativo e regolamentare.

Una 'terra di nessuno'

A differenza di quel che avviene nei maggiori altri Paesi europei (e non solo), il cosiddetto "cinema del reale" e la "televisione della realtà" non riescono a superare l'emarginazione nella quale sono costretti da decenni di politiche di palinsesto sempre più votate a scelte editoriali poco innovative, spesso schiacciando l'identità del documentario nella confusione del "contenitore" e reprimendo le chances anche di audience (si ricordi che, all'estero, i documentari conquistano anche il prime-time); le istituzioni hanno trascurato, da sempre, questo settore, concentrando i loro interventi sul cinema "tradizionale" e sulla televisione "classica"...

L'apparato normativo e regolamentare italiano è infatti il più debole d'Europa. Basti ricordare come il rispetto delle quote di investimento previste dalle normative vigenti venga verificato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni sulla base di semplici autocertificazioni delle emittenti...

Situato in una sorta di 'no man's land' tra televisione e cinema, il documentario va considerato non solo come un "genere" audiovisivo atipico, incerto, ambiguo (in questa intrinseca indeterminazione classificatoria è anche la sua ricchezza espressiva sconfinante), ma come strumento espressivo di coscienza civile, di ricerca estetica, territorio di sperimentazione artistica e di innovazione linguistica, vera "vitamina" dei palinsesti televisivi. E, ancora, come settore di attività dell'industria culturale, che deve assumere priorità nell'agenda dei policy maker nazionali.

Il documentario può anche essere uno dei vettori di una maggiore internazionalizzazione dell'industria audiovisiva italiana (in effetti, sono

Un settore da scoprire. Angelo Zaccone Teodosi questo mese ci parla dei documentari, un genere 'negletto' nell'ambito dell'audiovisivo italiano.



paradossalmente più le emittenti televisive straniere, che quelle italiane, ad acquistare documentari made in Italy!).

Il modello francese

Senza dubbio, il modello di riferimento per una "mano pubblica" intelligente e sensibile resta la Francia: basti ricordare che la televisione pubblica francese, France Télévisions, nel 2006 investirà nei documentari 72 milioni di euro, un livello corrispondente a 5 volte il budget Rai, mettendo in onda circa 5.000 ore di documentari (a fronte delle 1.223 della Rai, di cui 725 in "contenitori")...

In totale, nel 2004 le Tv francesi (tra pubbliche e private ed incluse le satellitari e tematiche) hanno investito nei documentari ben 145 milioni di euro. I finanziamenti pubblici sono stati nell'ordine di 65 milioni di euro. In totale, i finanziamenti francesi alla produzione di documentari sono stati di 308 milioni di euro, a fronte dei 625 milioni di euro della fiction: un rapporto docs/fiction

che, osservato dall'Italia, ha dell'incredibile.

La ricerca IsICult-Doc/it, sviluppata nell'arco di 7 mesi, è stata realizzata attraverso un'intensa fase di field: l'universo di riferimento è stato formato da circa 800 soggetti, tra autori, produttori, distributori, emittenti televisive.

La ricerca IsICult si pone come work-in-progress, come prima fase di un'inedita esplorazione del settore: si tratta, infatti, per l'Italia, di una "terra incognita", quasi di un black hole, e questa indagine si pone appunto come primo step di un percorso per Doc.it, che dovrà affrontare il mercato italiano dei documentari da varie prospettive di analisi.

Si segnala che la Rai ha deciso di pubblicare un estratto della ricerca, che può essere richiesto alla Direzione Marketing della Rai stessa o direttamente ad IsICult. **MC**

(*) Angelo Zaccone Teodosi ha cofondato IsICult con Francesca Medolago Albani e lo presiede dal 2001. In precedenza, è stato Direttore dell'Ufficio Studi dell'Anica, Consigliere di Amministrazione di Cinecittà Holding, professore a contratto all'Università La Sapienza di Roma. L'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult è un centro di ricerca indipendente, specializzato da oltre un decennio nell'economia dei media e nella politica culturale. Tra i committenti degli ultimi anni: Rai, Mediaset, Uer, Mpa, AgCom, Apt, Doc.it, il Comune di Roma. Tra le ricerche pubblicate (dirette da Zaccone e Medolago), "Per fare spettacolo in Europa. Manuale per gli operatori italiani dello spettacolo, dell'audiovisivo e dell'industria culturale" (Die - Presidenza del Consiglio dei Ministri, 1997, su cd-rom; con Valeria Santori), "Con lo Stato e con il mercato? Verso nuovi modelli di televisione pubblica nel mondo" (Mondadori, 2000), "Mercanti di (bi)sogni: politica e economia dei gruppi mediati europei" (Sperling & Kupfer - Rti, 2004; con Flavia Barca). Dal 2003, IsICult realizza un Osservatorio sulle Tv Pubbliche Europee, su commissione Rai (nel maggio 2004, un estratto in inglese di questa ricerca è stato pubblicato dalla britannica 'Screen Digest') ed un Osservatorio sulle Tv Mediterranee ed Arabe. L'Osservatorio IsICult/Millecanali, laboratorio di analisi sulla Tv ed i media, è stato attivato, curato da Zaccone e Medolago, nell'ottobre del 2000 (vedi "Millecanali" n° 294). IsICult, Palazzo Taverna, Via di Monte Giordano 36, Roma 00186. Tel./fax 06/6892344; info@isicult.it - www.isicult.it.